



Unilever Brasil
Departamento Jurídico
Av. Pres. Juscelino Kubitschek,
Nº 1309 - 13º andar
CEP 04543-000
São Paulo - SP - Brasil

DJ04/08400

São Paulo, 30 de julho de 2008.

Ao

INSTITUTO ALANA

Rua Sansão Alves dos Santos, 102, 4ª andar, Brooklin Novo

São Paulo - SP

04571-090

Fone/fax: 11.3472.1600/3472.1601

Ref: Notificação sobre a comunicação de OMO

Prezados Senhores,

UNILEVER BRASIL LTDA., empresa com sede no Município de São Paulo, Estado de São Paulo, na Av. Pres. Juscelino Kubitschek, 1309, 13º andar, inscrita no CNPJ sob o nº 61.068.276/0001-04, por seu advogado, vem, por meio desta, manifestar-se a respeito da notificação datada de 02 de junho de 2008 nos seguintes termos:

1. Em primeiro lugar, a empresa signatária esclarece que é uma empresa tradicional no ramo publicitário, tendo sempre pautado sua conduta dentro dos princípios legais, da ética e dos bons costumes, em especial as regras do Conselho Nacional de Auto-regulamentação Publicitária.

2. Nesse sentido, é importante destacar que a empresa signatária está presente no Brasil há quase 80 (oitenta) anos, atuando nos mercados de alimentos e produtos de higiene e limpeza, contando em seu portfólio com marcas líderes, tais como OMO, MAIZENA, DOVE, SEDA, BECEL, KNORR, HELLMANN'S, ARISCO e REXONA.



3. É importante destacar, ainda, que a empresa signatária não é líder de mercado por causa apenas da qualidade de seus produtos, mas principalmente pelo relacionamento estabelecido com o consumidor brasileiro há mais de 70 (setenta) anos. Assim sendo, em nenhum momento, sob pena de perder a confiança de seus consumidores, agiria de forma apelativa, não educativa ou inconseqüente.

4. Neste contexto, a principal missão da empresa signatária é conectar-se com seus consumidores, entender profundamente suas necessidades e usar o entendimento destas necessidades para entregar-lhes os melhores produtos, com os melhores benefícios.

5. Além disso, é importante ressaltar que a empresa signatária é socialmente responsável e patrocina diversos projetos na área de defesa da infância, tais como o Rural Responsável, a Infância Protegida e o Projeto Mais Vida, que tem por objetivo melhorar a qualidade de vida da criança brasileira.

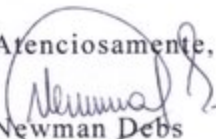
6. Nesse sentido, a própria marca OMO, por meio de estudos e pesquisas sobre a importância do ato de brincar para o desenvolvimento infantil, está promovendo uma ampla discussão sobre o tema. Sua comunicação tem contribuído para informar os pais sobre este tema, incentivando-os a estimular a imaginação e a brincadeira de seus filhos, potencializando, desta forma, o desenvolvimento dos mesmos.

7. Por fim, é importante ressaltar que estes estudos e pesquisas patrocinados por OMO sobre a infância e o desenvolvimento das crianças têm seu valor reconhecido por diversos especialistas da área de desenvolvimento infantil.



8. Dessa forma, a empresa signatária não reconhece qualquer abuso ou infração ética e legal na comunicação de seus produtos, em especial da marca OMO.

Sendo o que se apresentava para o momento, a empresa signatária coloca-se à disposição para quaisquer esclarecimentos que se façam necessários.

Atenciosamente,

Newman Debs
Diretor Jurídico